

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ В УКРАЇНІ**

УДК 351.862:354.61; 351.86(477)

*В. В. ГОВОРУХА, Ю. Г. ДАНИК, В. В. КЛИВЕЦЬ*

### **СУЧАСНІ ФОРМИ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ПРОТИБОРСТВА В МІЖДЕРЖАВНИХ СТОСУНКАХ**

*Досліджено та ідентифіковано сучасні форми інформаційно-психологічного протиборства для уникнення втягування органів державного управління у сферу виконання невластивих для них функцій.*

*A research has been done for identification of the modern forms of information and psychological antagonism, to avoid the public authorities' involvement into performing nonrelevant functions.*

Сучасні форми організованого інформаційно-психологічного протиборства виросли з класичних форм інформаційно-пропагандистського протистояння двох протилежних світоглядів – матеріалістичного та ідеалістичного, які намагалися вести, та й нині продовжують боротьбу за домінування, за “право на істину”.

Основною рисою всіх класичних форм інформаційно-пропагандистського протистояння є те, що сторони, які протидіють, тісно між собою пов'язані, взаємно доповнюють одна одну і розвиваються до того критичного пункту, за яким настає або катастрофа, або глибока видозміна. “Що було, те і буде; що робилось, те і робитиметься, і немає нічого нового під сонцем. Буває дещо, про що кажуть: “Дивись, ось це нове”, але це було вже у віках, колись до нас” [3].

При цьому з появою можливості для недержавних інформаційних структур, у тому числі носіїв асиметричних загроз, добування трофеїв (збагачення) за допомогою прихованої інформаційної присутності в медіапросторі, для них стало дорого й не вигідно постійно перебувати в конфлікті або обстоювати інтереси одного з таборів інформаційно-пропагандистського протистояння.

Вважається, що четверта світова війна розпочалася з атакуванням Всесвітнього торговельного центру в Нью-Йорку, що серйозно змінило формат міжнародних відносин, у тому числі між формальними центрами сили (США-Європа-Росія-Китай) [4].

Інформаційна сфера перетворилась на неконтрольований простір, де орудують зграї інформаційних хижаків. Кожен із них, підкоряючися тільки більш хижим, хитрим, спритним і сильним, виправдовується тим, що він має вільне, демократичне право на інформаційне життя і смерть у чесному бою без правил. Це п'янке відчуття

свободи для злих геніїв, які вже хоч раз відчували поразку конкурентів, втягує в орбіту їхніх інтересів свідомість безневинних жертв, які випадково опинилися на інформаційному полі бою.

Завжди програтою є позиція будь-якого органу державної влади, втягнутого в таке протистояння, тому що форми його проявів спочатку більш нагадують вульгарні вуличні бої або побутові драчки, і тільки потім проявляються нові технології, які застосовують медіахижаки і до яких державна структура не може бути готова через невластиву функцію – готовність самостійно обстоювати інтереси держави з питань, які ще й виходять поза межі її компетенції або морально-етичної гідності. Це завжди потрясіння. Проблема психологічного стресу стосується і членів груп прийняття стратегічних рішень загальнодержавного значення [1].

Найкращим способом уникнення шкоди від деструктивного впливу є спроможність системи органів державного управління ідентифікувати загрози в новітніх формах інформаційно-психологічного протистояння, які стрімко розвиваються та вже успішно апробовані у вигляді технологій “організаційно-інформаційних мереж”, “рекламно-пізнавальних мереж”, “експериментально-провокаційних мереж”, “фанатично-сектантських мереж” (надалі, відповідно, – ОІМ, РІМ, ЕІМ, ФСМ).

Наприклад, російська технологія ОІМ являє собою систему взаємопов’язаних медіаагентств. ОІМ не є ноу-хау Росії, окремі елементи її функціонування є майже копією діяльності гуманітарних, бізнесових та науково-освітніх програм Сороса, Британської Ради, і навіть деяких західних організацій сектантської спрямованості. Але творче опрацювання цієї форми інформаційно-психологічного протиборства дозволило росіянам виробити свою специфічну й адаптовану до сучасних реалій технологію впливу на широке коло інформаційних об’єктів у пострадянських країнах, до яких входять політичні партії, громадські, культурні та інші об’єднання громадян, що тісно співпрацюють у сфері інтересів громадян, суспільства та органів державної влади цих країн.

Елементи ОІМ ефективно застосовуються на практиці для інформаційного, економічного, наукового і воєнного придушення, і якраз вони є найбільш яскравою ознакою зародження кризової ситуації в будь-якому регіоні країни. Зрозуміло, що російськими фахівцями інформаційно-психологічного протиборства опрацьований та активно застосовується досвід ведення американських інформаційних кампаній на підтримку своїх інтересів у Латинській Америці, колишній Югославії, Іраку, Афганістані та в інших країнах.

Але при цьому росіяни намагаються уникнути помилок, що їх припустилися американці: по-перше, неврахування впливу критичної маси інформації на різні цільові аудиторії, а по-друге – незабезпечення контролю процесу дії заходів інформаційно-психологічного впливу в різних умовах.

Створення й функціонування ОІМ із використанням нестандартних технологій “соціальної інженерії”, як інструментарію просування політичних та економічних інтересів представників великого проросійського бізнесу, стало також і новою для пострадянського простору, додатковою формою здійснення зовнішнього інформаційно-психологічного впливу. Тим більше, що, за думкою фахівців, навіть

дуже ефективні ще декілька років тому так звані “агенти впливу”, і ті вже не спроможні виконувати свою традиційну роль через значно збільшені комунікативні можливості суспільства будь-якої з пострадянських країн.

Реалізація проектів ОІМ полягає в швидкому розгортанні в країнах СНД російських аналітичних центрів та благодійних фондів, відкритті кореспондентських пунктів інформагентств і побудові інформаційних сайтів, які діють за принципом інформагентств.

ОІМ можна розглядати у двох вимірах:

перший – інструментальний, коли вони обслуговують загальний політичний проект, будучи одним із засобів його реалізації;

другий – ситуативний, коли вони мають самостійну цінність і спеціальні завдання та цілі для формування необхідних стереотипів у масовій свідомості цільової аудиторії.

Слід також зважити на деякі переваги застосування ОІМ перед іншими формами проведення заходів інформаційно-психологічного протиборства:

по-перше, мобільність в умовах взаємозалежності зовнішньо- і внутрішньополітичних факторів, коли події в будь-якій пострадянській країні розгортаються лавиноподібно, і громіздкі державні структури найчастіше не встигають оперативно реагувати на виниклі загрози й виклики, особливо якщо вони цілеспрямовано створюються для розсіювання ресурсів і відволікання уваги від основних завдань. Приклади: вандалізм Євразійського союзу молоді на Говерлі, інформаційна війна з Естонією через перенесення пам’ятника Радянському воїнові;

по-друге, автономність. Реалізація спецпроектів здійснюється приховано, поза межами офіційно задекларованих зовнішньополітичних відносин, що дозволяє створити видимість їхньої незаангажованості та об’єктивності, по суті, у реальних умовах. Неможливість довести причетність справжніх замовників до проведення заходу інформаційно-психологічного впливу;

по-третє, вузька спеціалізація. Разове і цілеспрямоване здійснення заходів спецпроекту на певну цільову аудиторію дає можливість більш ефективно досягати мети, порівняно з акціями, спрямованими на широкий загал;

по-четверте, можливість реалізації спецпроектів, використовуючи незначні кошти. Фінансові витрати на проведення інформаційних атак чи акцій “політичних вандалів”, “майданних крикунів”, “поселенців наметових містечок”, “голодувальників” незначні, порівняно з економічними здобутками їхніх замовників.

Елементами російських ОІМ у Центральній Азії, на Південному Кавказі та в деяких пострадянських країнах є започатковані в низці країн із 2005 р. філіали фондів – Інституту євразійських досліджень, Кавказького інституту демократій. В Україні найвідомішим є Інститут країн СНД під керівництвом одіозного російського політика К. Затуліна. Більшість заходів цих установ, окрім установи К. Затуліна, є малобюджетними, спрямованими більше на забезпечення власного піару. Зокрема, Інститут євразійських досліджень провів безоплатну передплату на журнал “Російська мова в киргизьких школах”, а до бібліотечного фонду Академії наук Узбекистану було передано 5 тис. примірників книг сучасних російських письменників. Ці акції стали інформаційним приводом для проведення тривалих і

широкомасштабних інформаційних кампаній, які час від часу проявляються у вигляді коментарів членів фондів про будь-які події у світі з обов'язковим урахуванням та обстоюванням проросійських інтересів.

Саме представники цих фондів у своїх коментарях російським інформантам засуджують дії керівництва України, Грузії, Азербайджану, і навіть Узбекистану, за будь-якого прояву демократичного вибору.

В Україні російська ОІМ розгортається через складну структуру недержавних організацій і сайтів, які не мають прямого відношення до РФ. Водночас існує відпрацьований механізм роботи цієї мережі. Так, у реалізації інформаційних атак беруть участь понад 60 структур – “Регнум”, “Новий регіон”, “Лента.ру” тощо.

Фактично РФ намагається протиставити західній інформаційній діяльності свою ОІМ, а таке протистояння створює передумови для “інформаційного перезавантаження свідомості населення” будь-якої країни на території якої воно розгортається. А стан цього показника прямо віддзеркалює рівень інформаційної безпеки держави. Характерною ознакою застосування прийому “інформаційного перезавантаження свідомості населення” є збільшення в інформаційних повідомленнях кількості негативу, або так скомпонованих несуттєвих повідомлень, що створюються враження наявності негативу.

Реклама як економічно-психологічне явище досліджується давно. Торгівці користувалися не тільки словесними зверненнями, але і зовнішньою рекламою, графічними зображеннями для інформування населення. Рекламою займалися навіть письменники, художники і журналісти, які залишили багато зразків рекламної творчості. Відтак, можна сказати, що у своєму становленні реклама пройшла шлях від глашатая до диктора радіо і телебачення, від письмового повідомлення на камені до друкованого тексту, від вивісок (предмети збуту) на будівлях і вулицях до афіш і електронних чи лазерних плакатів, від приватних до міжнародних символів, що не потребують спеціального пояснення.

Функціональне призначення реклами – це інформативність, задоволення потреб людей у спілкуванні й отриманні необхідної для них інформації. Психологія реклами виникла наприкінці ХІХ – на початку ХХ ст., спочатку в США і Західній Європі. Німецький вчений Т. Кеніг писав, що два напрямки практичної психології найбільш цікавлять людей – професійне забезпечення та реклама.

Сучасна психологія реклами вже не тільки вивчає психічні процеси в умовах взаємодії рекламодавця і споживача з метою задоволення потреб останнього, а й експериментує зі свідомістю споживача в інтересах рекламодавця.

Американські дослідники вважають, що реклама – це форма комунікації, яка перекладає якість товарів і послуг мовою прагнень споживачів (К. Сентидж). Іншими словами, вона “опредмечує” людські потреби, посилює їх, допомагає зробити вибір. Таким чином, перехід психології реклами від завдання впливу на мотивацію вибору стало основною відмітною рисою її розвитку.

Одним з ефективних напрямків у психології реклами є моделювання послідовності психологічних процесів рекламного впливу. Ще в 1896 р. Е. Левіс запропонував формулу “увага-інтерес-бажання-активність”. Пізніше набула розвитку модель “увага-сприйняття-переконання-дія”. Особливий інтерес викликає

модель соціально-психологічної настанови, яка передбачає те, що у процесі рекламного впливу в суб'єкта виникає готовність до дій.

Ця модель має складну багатокомпонентну структуру, до складу якої входять пізнавальна, емоційна та поведінкова складові. У ній аналізується максимальна кількість психологічних процесів. Так, пізнавальна складова передбачає аналіз таких процесів опрацювання інформації, як увага, відчуття, сприйняття, пам'ять, мислення, прогнозування, планування, прийняття рішень, а емоційна складова – аналіз емоцій, психічних станів, взаємовідносин і т. ін. Недоліком цієї моделі є те, що вона не враховує потреби людей.

Останнім часом психологи замість концепції інформаційно-психологічного впливу почали застосовувати пояснювальний принцип ситуативного чинника поведінки споживачів. Нова модель почала вивчати сукупний настрій людей у максимально конкретних умовах у реальному масштабі часу. Чинники, що визначають психологічні настрої, у будь-який момент часу можуть бути різними (оточення, пора року, погода, стан здоров'я, вік, суспільно-політичне та економічне тло, історична та ментальна залежність тощо). Кожна людина, свідомо або ні, постійно знаходиться під впливом зазначених обставин, її вибір поведінки прогнозується через призму ознак, зумовлених інстинктом самозбереження. Але перевантаженість інформацією дезорієнтує людину щодо безпеки та небезпеки. Людина віддає перевагу чомусь одному, тобто в неї формується певна психологічна настанова – "якір". Це відбувається тому, що людина схематизує досвід, аби уникнути інформаційного перевантаження. Однак людині важко самій знайти однозначне рішення. Тому посилюється значення застосування інформаційно-психологічного впливу на свідомість індивіда чи якоїсь спільноти за допомогою чинників РІМ.

Технологіями наступного рівня інформаційно-психологічного впливу на свідомість цільових аудиторій є ЕПМ та ФСМ. Ці технології можуть спиратися на функціональну базу, створену за типом ОІМ, бути до неї інтегрованими або функціонувати окремо.

Останніми роками мутний потік сектантства буквально заповнив європейські країни. Уже в 1992 р. на Парламентській асамблеї Ради Європи було виказано занепокоєність ескалацією активності сект і так званих "нефомальних псевдорелігійних утворень". Із цього приводу ПАРЄ була прийнята спеціальна Рекомендація № 1178 стосовно сект і нових релігійних рухів [2].

Нині про діяльність деструктивних сил, що використовують технології ФСМ, розповсюджено достатньо інформації. Як правило, зазначається таке:

– розвиток сектантства може відбивати як позитивні, так і негативні явища в суспільному житті. Негативним, без сумніву, є розвиток фанатично-агресивної поведінки адептів сектантських рухів;

– ідеологічну (культову) залежність викликає будь-яка організація (політична, релігійна або психотерапевтична), котра практикує приховане вербування (залучення, втягування), використовує технологію контролю свідомості з метою зберегти залежність і покірність послідовників своєму лідерові (доктрині, статуту, вченню);

– найбільш вірогідними причинами інтенсивного розгортання ФСМ на території пострадянських країн фахівці називають підвищений інтерес у певних верств населення до ізогетичних вчень через відсутність державних програм допомоги людям в умовах соціальної трансформації, як наслідок, суцільної маргіналізації населення;

– зростання загрози ідеологічної (культової) залежності пов'язано з тим, що колективний підсвідомий психологічний стан інколи дозволяє певним об'єднанням людей отримати моральні й матеріальні привілеї, порівняно з рештою населення;

– ФСМ формуються, як правило, під впливом архетипів колективної підсвідомості, зокрема архетипів на кшталт “Мудрого старця”, “Спасителя нації”, “Передвісника”, “Цілителя” та ін. Таким чином, харизматичний лідер, віддзеркалюючи проєкцію певного архетипу, виступає у ролі Божества або Кумира і перевтілюється в гіпногічну фігуру. Він наділяється надприродною силою та владою, надмірною мудрістю, правом карати та милувати на свій розсуд. Він викликає страх і покірність адептів, готових за одним його словом зробити все, що буде наказано. Асимілювавши численні проєкції впливу на свідомість людей, лідер створює свій власний міф (образ), що відображається в символічній формі, а згодом і культ. Якщо переважають руйнівні впливи, то культ стає деструктивним.

Контроль свідомості в деструктивних культах досягається використанням добровільної участі та співробітництва бранця. А з метою формування в нього залежності від “добрих” людей, нових друзів, “братів”, активно використовуються методи інформаційно-психологічного впливу для трансформування його ідентичності.

Нові настанови й вірування заміняють характеристики особистості, у результаті, як за будь-якої залежності, від неї залишається тільки оболонка. При цьому для близьких така зміна тривалий час є непомітною.

Найбільш привабливими рекрутами для культової (ідеологічної) залежності стають люди зі своєрідними рисами характеру, проблемами особистості й психічного розвитку, що переживають соціальне неблагополуччя або психологічну кризу.

Контроль свідомості дещо відрізняється від відомої тактики “промивання мозку”, яка має більш примусовий характер. Цей контроль розповсюджується на чотири головні психологічні сфери діяльності людини: поведінку, отримання інформації, мислення й емоції.

Контроль поведінки досягається регламентацією й обмеженням простору і часу діяльності залежної людини (жертви): їй жорстко вказується, як і з ким жити, який одяг і зачіску носити, якої дієти дотримуватися, скільки спати тощо. Важливою є фінансова залежність. Як правило, особисті матеріальні ресурси одразу або через деякий час стають власністю сектантської організації. Більшість часу присвячується прямій чи опосередкованій участі в житті спільноти і в колективних ритуалах, часто-густо доволі тривалих та виснажливих.

Непомітно для неофіта вводиться система заохочень і покарань, жорстких правил поведінки. У процесі контролю поведінки придушуються будь-які прояви особистої ініціативи, навіть зовсім незначні вчинки реалізуються тільки після отримання особливого дозволу.

Контроль отримання інформації здійснюється шляхом зведення до мінімуму можливості доступу до її джерел, насамперед до газет, радіо, телебачення,

забороною спілкуватися з тими, хто вийшов або був вигнаний з організації. Одночасно залежну людину занурюють у культову активність настільки інтенсивно, щоби не залишалося часу на задоволення будь-яких особистих потреб.

Постійне повторення брехливих стверджень створює ілюзію їхньої достовірності. Обіг внутрішньої інформації в організації суворо дозується. Кожного члена поінформовано тільки про те, що він повинен знати відповідно до свого місця в її ієрархії.

Заохочується слідкування за “братями”, створюється система доносів і кругової поруки. Кожний стежить за іншими і вчасно повідомляє про відхилення в поведінці керівництву, що суб’єктивно сприймається як колективна відповідальність. Основна інформація доводиться спеціальними джерелами, що функціонують у межах спільноти: журнали, газети, аудіовідеозаписи, що, як правило, виготовляються спеціально уповноваженими членами цієї спільноти. Потужним засобом остаточного руйнування ідентичності людини, а також контролю свідомості й маніпулювання поведінкою є обов’язкова сповідь або її аналог за правилами, встановленими у спільноті.

Відбувається контроль мислення. З часом, коли доктрина лідера спільноти здається адептові вже абсолютно досконалою, рівень критичності його мислення поступово знижується. Свідомість адепта наче розщеплюється. Довколишній світ описується за допомогою полярних категорій: чорне – біле, добро – зло, друзі – вороги, ми – вони. Світ стає гранично поляризованим. При цьому членів спільноти переконують, що саме вони є носіями позитивного, світлого, абсолютно справедливого. Свобода вибору, як у типовій, суїцидальній ситуації зводиться до двох варіантів: або служити “доброму” – або загинути.

Вербальна сфера (мовне спілкування) максимально завантажується стереотипними метафорами, короткими чіткими фразами, речитативами, молитвами, заклинаннями, медитативними формулами, мантрами, революційними піснями. Візуальний простір насичується ритуальними знаками – позначками сакрального на предметах, які символізують сутність релігійних уподобань членів спільноти. Активно використовується музика, звукові сигнали (дзвони, бій барабанів тощо), сильні ароматизовані речовини – усе це в сукупності впливає на органи чуття, не дає людині зосередитися, аналізувати, роздумувати. Особисті думки нібито виштовхуються за межі культового “поля”, адепт увесь час знаходиться в обмеженому культю просторі. Для прискорення цього процесу використовується аутизація мислення (створення свого світу, бажане приймається за дійсне) та особливі виразні засоби: монотонне вимовляння слів, спів чи гудіння.

Контроль емоцій, як і за випадку з мисленням, здійснюється завдяки звуженню їхнього спектра. Вільний прояв стурбованості не допускається, дозволяються лише суворо визначені почуття й емоції. Перш за все, адептів секти привчають постійно відчувати власну провину, яку постійно свідомо перебільшують.

Почуття сорому та провини є найбільш фундаментальним, “базовим”, і воно покликано слугувати підґрунтям нової суб’єктності. Поступово виникає відчуття сорому і провини за те, що в минулому адепт мав власні (а значить, гріховні) думки, почуття, схильності, вчинки.

Згодом у сектанта формується відчуття провини за те, що неприйнятні для нього почуття, вірування, вчинки все ще притаманні його друзям, родичам, близьким. За наявності різних форм ідеологічної залежності може бути використано й феномен соціальної або історичної провини. Таким чином, відчуття власної провини, вини близьких, вини всієї нації чи держави, або навіть усього людства, формує пригнічений стан адепта, доведення до якого і підтримання якого є обов'язковою умовою існування організації.

Другою базовою емоцією є страх, який є також потужним інструментом придушення позитивних емоцій і маніпулювання психікою людини. На страхові базується функціонування технології ФСМ, тому що в розщепленій уяві адепта не існує переходів і напівтонів, боятися треба всього: віртуальних ворогів, власних думок і почуттів, вчинків тощо. Страх є найважливішим компонентом кримінальної та терористичної практики, у процесі якої лідери вміло впливають на свідомість адептів, домагаючися максимального ефекту.

Тому слід звернути увагу на необхідність етичних дискусій як в аспекті маніпуляції, так і в запропонованій діагностиці наявності інформаційно-психологічного впливу на особистість зокрема і на суспільство в цілому.

У кризових для суспільства ситуаціях, як правило, підвищується рівень розповсюдження навіювань про загрози того, що якесь нестандартне знання чи новітня латентна інформаційно-психологічна технологія дозволяють отримати зверхність над свідомістю людей і отримати над ними владу, яку можна порівняти з владою керівників сект.

Таким чином, розглянуті приклади дозволяють ідентифікувати сучасні форми інформаційно-психологічного протидіяння для уникнення втягування органів державного управління у сферу невластивих для них функцій, а саме:

- неправомірного нав'язування культурної, економічної, інформаційної та релігійної залежності населення;
- організації діяльності зі створення передумов для державотворення шляхом штучних або вдаваних демократичних перетворень;
- ресурсно-економічного та інформаційного блокування визначених територій для ескалації напруження суспільно-політичної обстановки та провокування кризової ситуації;
- переконання світової спільноти (союзників і опонентів) через міжнародні інститути безпеки в необхідності та правомірності своєї агресивної діяльності.

#### Література:

1. *Бодров В. А.* Информационный стресс / В. А. Бодров. – М. : ПЕР-СЭ, 2000.
2. Рекомендація № 1178 // Вісн. Парламентської асамблеї Ради Європи. – 1992.
3. Вітхий завіт. Кн. Екклесіаста, 9:10.
4. *Джінгір А.* Четвертая мировая война : информ.-аналит. справ. негосударственных невоенизированных систем / А. Джингир. – М. : АСТ ; Транзит кн., 2003.

*Надійшла до редколегії 30.10.2008 р.*